

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 09-163351

(43)Date of publication of application : 20.06.1997

(51)Int.Cl.

H04N 7/173
G06F 13/00
G06F 17/60

(21)Application number : 07-338258

(71)Applicant : WING LAB:KK

(22)Date of filing : 01.12.1995

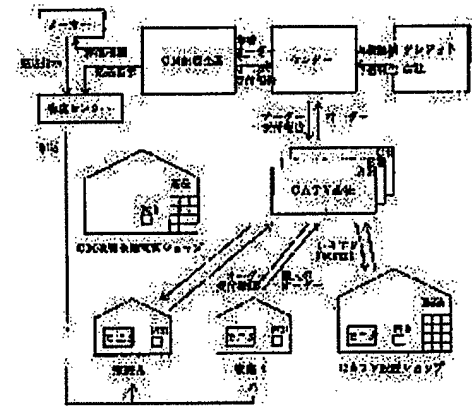
(72)Inventor : NOGUCHI HIROKAZU

(54) PHYSICAL DISTRIBUTION SYSTEM UTILIZING TWO-WAY MEDIUM

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To allow the system to acquire CM viewing information via a television monitor.

SOLUTION: The system is provided with Each viewer has a recording body to view an article information broadcast via a television monitor, and a decoder connecting to the television monitor to make recording and reading, and the recording body has a commercial viewing data recording section accumulantly recording commercial view data. Each viewer purchases an article of a commercial request enterprise with a privilege in response to the commercial viewing data accumulantly recorded its own recording body. Furthermore, purchase orders from each viewer are collected for each article and the result is sent to each commercial request enterprise, then the correlation between the commercial viewing result and the demand is grasped.



LEGAL STATUS

[Date of request for examination] 05.04.1996

[Date of sending the examiner's decision of rejection]

[Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]

[Date of final disposal for application]

[Patent number] 2948752

[Date of registration] 02.07.1999

[Number of appeal against examiner's decision of rejection]

[Date of requesting appeal against examiner's decision of rejection]

[Date of extinction of right]

[0001]

[Technical field of the invention] The present invention relates to a distribution system using an interactive media network.

[0017] A CM request enterprise requests the center to make CMs for advertising their merchandise.

[0020] Computers are provided to each CM request enterprise, to the center and to each CATV company to make possible interactive transmissions between each CM request enterprise and the center and between the center and each CATV company through telecommunication lines and optical fibers, etc. Moreover, an interactive transmission between the center and viewers becomes possible through CATV companies.

[0021] Thus-decided CMs are distributed to each home through cables from CATV companies with related programs and are broadcast on TV monitors provided to each home.

[0022] A point card decoder (PCD) is connected to each TV monitor. Each viewer owns an IC card having an ID and a credit payment function and the IC card is always inserted into the PCD connected to the TV monitor to be watched when watching CMs broadcast from the TV monitor.

[0023] Each IC card has a CM viewing data recording section that adds and records the CM viewing data for each piece of merchandise (or each piece of merchandise of a CM request enterprise). The PCD adds and records new data to the CM viewing data recording section for the merchandise of the IC card inserted into the PCD.

[0024] The CM data recorded in the CM viewing data recording section in the IC card contains the number of times the CM has been viewed, the viewing time, the viewing length of time, the program, or the channel code, etc.

[0025] In addition, in the IC card, personal information (age, sex, address, etc.) about the viewer who owns the card is recorded beforehand. In addition, in the IC card, a credit function for making payments of orders placed in the TV shopping system

described below is equipped.

[0026] Moreover, in this system, personal information such as the accumulated data of CM viewing, etc. for each piece of merchandise recorded in the inserted IC card can be confirmed by inputting the security data by the viewer and displaying the personal information on the TV monitor.

[0027] Furthermore, it is possible for each CATV company to obtain the CM viewing record broadcast at the request of CM request enterprises in real time using interactive communication on a cable TV network. Therefore, it is possible for the center receiving this record to analyze viewing records for each viewer and each CM and to provide the record to each CM request enterprise as personal information that can be used in marketing, etc.

[0028] The system of the present application is preferred to be established in conjunction with a TV shopping system and one example is shown in Fig. 1. The arrow indicated in Fig. 1 shows the work flow of a case in which TV shopping is performed in the system.

[0029] CATV companies provide necessary merchandise information to each viewer so that they can perform TV shopping through a CATV network. Each viewer can call up and display information about the merchandise he or she wants to purchase on the TV monitor according to their needs and purchase the merchandise by referring to the information. Generally, the merchandise provided by the CM is the target merchandise of the TV shopping; however, it is possible to expand the target merchandise to pieces of merchandise of the same kind or to pieces of merchandise from the same enterprise.

[0030] For viewers who purchase specific merchandise through TV shopping, by placing the purchase order in a state with their IC card inserted into the PCD, the discount according to the accumulated data recorded for the merchandise in the CM viewing data recording section is automatically applied. That is, until the upper limit of the benefit set as required is reached, the merchandise can be purchased at a lower price if more conditions such as the number of times a CM has been viewed and the time-of-day set by CM request enterprises are met. It should be noted that to the benefit to be provided on the basis of the CM viewing data, a certain upper limit can be set. In addition, without limiting the benefit at the time of purchase to the merchandise,

it is also possible to arbitrarily expand and apply the benefit at the time of purchase to a certain range of merchandise of the same kind or to merchandise from the same enterprise, etc., based on the decisions made by a CM request enterprises.

[0031] Since the IC card contains a credit function, merchandise can be purchased using the credit function. As for the credit clearance service, the same applies when an existing well-known credit card is used. Therefore, the explanation of this is skipped.

[0032] Merchandise orders from viewers are collected in a certain cycle in CATV companies and the collection data is sent to the center. The center requests credit companies to confirm each viewer's credit history (balance), and after receiving the confirmation, the data of the merchandise is sent to the CM request enterprise. The CM request enterprise that received the merchandise collection data reports to the viewer on an as-needed basis, the confirmation of the reception of order through the center and the CATV company after confirming the availability of the merchandise. The ordered merchandise is delivered to the viewer from the distribution center that received the request from the CM request enterprise that received the order.

[0033] In addition, not only can merchandise be ordered and distributed through TV shopping, but it is also possible to purchase merchandise at shops equipped with PCDs that subscribe to a CATV network or at retail stores of CM request enterprises equipped with PCDs, after actually seeing the merchandise in the store. In this case, by inserting an user's own IC card into the PCD, the discount according to the CM viewing data accumulated and recorded for the merchandise is applied.

[0034] The CM viewing rates (the number of viewing times) sent from CATV companies are collected for each viewer (home) and provided to CM request enterprises of the merchandise as data from the center. In a similar way, CM request enterprises obtain collection data for each piece of merchandise. By analyzing these data for specific objects (certain age group, sex, occupation and area, etc.), a correlation between the CM of each piece of merchandise and the demand is clarified and prompt and appropriate planning and execution of marketing, order placement, demand, production and distribution, etc. can be performed.

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開平9-163351

(43) 公開日 平成9年(1997)6月20日

(51) Int.Cl. ⁹	識別記号	庁内整理番号	F I	技術表示箇所
H 0 4 N 7/173			H 0 4 N 7/173	
G 0 6 F 13/00	3 5 4		G 0 6 F 13/00	3 5 4 A
	17/60			15/21 Z

審査請求 有 請求項の数 5 F D (全 5 頁)

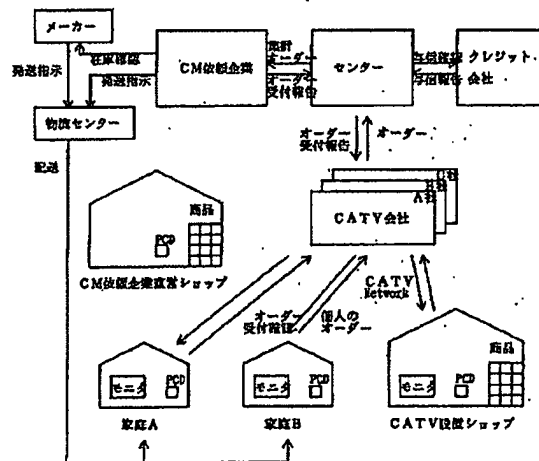
(21) 出願番号	特願平7-338258	(71) 出願人	595181678 株式会社ウイング・ラボ 東京都渋谷区東3丁目9番19号
(22) 出願日	平成7年(1995)12月1日	(72) 発明者	野口 宏和 東京都渋谷区東3丁目9番19号 株式会社 ウイング・ラボ内
		(74) 代理人	弁理士 ▲桑▼原 史生

(54) 【発明の名称】 双方向メディアを利用した流通システム

(57) 【要約】 (修正有)

【課題】 テレビモニターを介して、CM視聴情報を取得し、解析を行う。

【解決手段】 テレビモニターを介して商品情報放送を視聴する各視聴者の記録体、並びにテレビモニターに接続されて記録及び読み取りを行うデコーダを備え、記録体がコマースシャルの視聴データをコマースシャル依頼企業の商品ごとに累積的に記録するコマースシャル視聴データ記録部を有しており、視聴者は、自己の記録体に累積記録されたコマースシャル視聴データに応じた特典に応じ、コマースシャル依頼企業の商品を購入することができる。また、各視聴者からの購入オーダーが商品ごとに集計され、コマースシャル依頼企業に送られることにより、コマースシャル視聴実績と需要との相関性を把握することができる。



【特許請求の範囲】

【請求項1】 広告宣伝手段としてのコマーシャルを放送依頼するコマーシャル依頼企業と、該コマーシャル依頼企業からの依頼に応じてコマーシャルを放送する放送会社と、該放送会社からの放送を受信するテレビモニターと、該テレビモニターを介して放送を視聴する各視聴者が所有する記録体と、該テレビモニターに接続されて該記録体に対する記録および読み取りを行うデコーダとから構成され、該記録体は視聴者が視聴するコマーシャルの視聴データをコマーシャル依頼企業の商品ごとに累積的に記録するコマーシャル視聴データ記録部を有しており、視聴者は自己の記録体に累積記録されたコマーシャル視聴データに応じた特典を伴って当該商品を購入することができるようシステム構築されてなることを特徴とする流通システム。

【請求項2】 広告宣伝手段としてのコマーシャルを放送依頼するコマーシャル依頼企業と、該コマーシャル依頼企業からの依頼に応じてコマーシャルを放送すると共にコマーシャルにかかる商品の情報を提供する放送会社と、該放送会社からの放送および該商品情報を受信するテレビモニターと、該テレビモニターを介して放送を視聴する各視聴者が所有する記録体と、該テレビモニターに接続されて該記録体に対する記録および読み取りを行うデコーダとから構成され、該記録体は視聴者が視聴するコマーシャルの視聴データをコマーシャル依頼企業の商品ごとに累積的に記録するコマーシャル視聴データ記録部を有しており、視聴者は自己の記録体に累積記録されたコマーシャル視聴データに応じた特典を伴って当該コマーシャル依頼企業の商品を該テレビモニターを介して選択オーダーして購入することができると共に、各視聴者からの購入オーダーが商品ごとに集計されて当該商品のコマーシャル依頼企業に送られることにより、コマーシャル依頼企業はコマーシャル放送実績ないし視聴実績と需要との相関性を把握することができるようシステム構築されてなることを特徴とする流通システム。

【請求項3】 前記放送会社がケーブルテレビ局であり、該ケーブルテレビ局と前記視聴者の家庭との間にケーブルテレビネットワークが形成されてなることを特徴とする請求項1または2の流通システム。

【請求項4】 前記記録体にはその所有者の年齢、性別、職業、住所等に関する個人情報が予め記録されており、前記コマーシャル依頼企業はこれら個人情報による任意の条件を設定した上でコマーシャル放送実績ないし視聴実績と需要との相関性を分析することができることを特徴とする請求項1または2の流通システム。

【請求項5】 前記コマーシャルを一元的に記録するサーバが設けられることを特徴とする請求項1または2の流通システム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、双方向メディアネットワークを利用した流通システムに関する。

【0002】

【従来の技術】商品やサービス（以下本明細書において単に「商品」と称す）を扱う企業にとって、コマーシャルは自社商品の広告宣伝手段としてきわめて重要性の大きなものとなっている。

【0003】従来のコマーシャルは、コマーシャルを依頼する企業が特定の番組のスポンサーとなってテレビやラジオ等のメディアを通じて当該番組の前後や途中に放送することによって、視聴者または聴取者に提供されている。

【0004】

【発明が解決しようとする課題】ところが、上記した従来のコマーシャルシステムにおいては、視聴者または聴取者は、企業からメディアを通じて一方的に提供されるコマーシャルを受動的に視聴しているにすぎない。

【0005】一般に、視聴者または聴取者は希望の番組を選択して楽しんでいる際に、当該番組のスポンサーとしての企業からその一方的な都合により当該番組の前後や途中に流されるコマーシャルを、歓迎しない傾向にある。近年のビデオレコーダには、コマーシャル部分をカットして録画する機能を持っているものが多い。

【0006】企業から見た場合、コマーシャルはその商品に対する需要を喚起するための手段であり、この目的を達成することを期待してスポンサーとして決して低額ではない資金をテレビ局等に提供している。このような企業ニーズからすると、特定の番組を楽しもうとする視聴者等から一般には余り興味を持って視聴されず、ビデオに録画される場合にはカットされてしまうという従来システムにおけるコマーシャルの傾向は、きわめて反目的的である。

【0007】視聴者等は、テレビ等から流されている特定の商品のコマーシャルを当該商品の潜在的需要者として積極的に視聴している場合もある。このような視聴形態は、上記した企業ニーズに合致したものであるが、企業はその潜在的需要度を把握することができず、需要予測に基づいた受注・発注・生産計画を構築することが困難である。特定の番組の視聴率・聴取率を把握することはできるが、これが、当該番組に関連して放送したコマーシャル商品に対する潜在的需要度とどの程度の相関性を持つかは明確ではない。

【0008】一方、視聴者等においても潜在的需要を持ってコマーシャルを視聴することはあるものの、その積極的視聴がコマーシャル提供企業によって評価されることはなく、従って当該商品の購買に何らかの特典が得られる等の利益享受を期待することができない。

【0009】また、双方向ケーブルテレビのネットワークを利用して、視聴者が希望する商品をテレビモニターに呼び出して購入することができる、いわゆるテレビシ

ショッピングシステムが実用化に向けて検討されているが、コマーシャルと連携させたシステム構成は未知である。

【0010】

【課題を解決するための手段】そこで本発明は上記従来技術の問題点に鑑み、双方向メディアのネットワークを利用して新規な流通システムを提供することを目的とする。

【0011】すなわち、本発明による流通システムは、広告宣伝手段としてのコマーシャルを放送依頼するコマーシャル依頼企業と、該コマーシャル依頼企業からの依頼に応じてコマーシャルを放送する放送会社と、該放送会社からの放送を受信するテレビモニターと、該テレビモニターを介して放送を視聴する各視聴者が所有する記録体と、該テレビモニターに接続されて該記録体に対する記録および読み取りを行うデコーダとから構成され、該記録体は視聴者が視聴するコマーシャルの視聴データをコマーシャル依頼企業の商品ごとに累積的に記録するコマーシャル視聴データ記録部を有しており、視聴者は自己の記録体に累積記録されたコマーシャル視聴データに応じた特典を伴って当該商品を購入することができるようシステム構築されてなることを特徴とする。

【0012】より好適な本発明システムは、いわゆるテレビショッピングシステムと連携した形態で提供される。すなわち、広告宣伝手段としてのコマーシャルを放送依頼するコマーシャル依頼企業と、該コマーシャル依頼企業からの依頼に応じてコマーシャルを放送すると共にコマーシャルにかかる商品の情報を提供する放送会社と、該放送会社からの放送および該商品情報を受信するテレビモニターと、該テレビモニターを介して放送を視聴する各視聴者が所有する記録体と、該テレビモニターに接続されて該記録体に対する記録および読み取りを行うデコーダとから構成され、該記録体は視聴者が視聴するコマーシャルの視聴データをコマーシャル依頼企業の商品ごとに累積的に記録するコマーシャル視聴データ記録部を有しており、視聴者は自己の記録体に累積記録されたコマーシャル視聴データに応じた特典を伴って当該商品を該テレビモニターを介して選択オーダーして購入することができると共に、各視聴者からのテレビショッピングオーダーが商品ごとに集計されて当該商品のコマーシャル依頼企業に送られることにより、コマーシャル依頼企業はコマーシャル放送実績ないし視聴実績と需要との相関性を把握することができるようシステム構築されてなることを特徴とする流通システムである。

【0013】好適な本発明システムにおいて、放送会社はケーブルテレビ局であり、該ケーブルテレビ局と前記視聴者の家庭との間にケーブルテレビネットワークが形成される。

【0014】記録体にはその所有者の年齢、性別、職業、住所等に関する個人情報を予め記録しておくことが

できる。これにより、コマーシャル依頼企業は、これら個人情報による任意の条件を設定した上でコマーシャル放送実績ないし視聴実績と需要との相関性を分析し、将来のCM番組編成に際して参考とすることが可能となる。

【0015】また、コマーシャルを一元的に記録するサーバを設置することができる。これにより、視聴者は、ビデオ・オン・デマンドにより随時関心のある商品のコマーシャルをモニターに呼び出して購入オーダーすることが可能となる。

【0016】

【発明の実施の形態】本発明による流通システムは、本システムの管理運営を行うセンターと、広告宣伝手段としてのコマーシャルを依頼する企業と、企業からの依頼に応じてコマーシャルを放送するケーブルテレビ会社と、ケーブルテレビ会社からの放送を受信すべくケーブル接続されたテレビモニターを有する複数の端末加盟者とを有して構成することができる。

【0017】コマーシャル(CM)依頼企業は、自社商品の広告宣伝のためのCMの作成をセンターに依頼する。

【0018】センターは、CM依頼企業の依頼を受けて作成したCMをケーブルテレビ(CATV)ネットワークを通じて各端末加盟者(家庭)に配給すべくCATV会社に配信依頼する。複数のCATV会社によりシステム構築されることが好適である。

【0019】配信依頼を受けたCATV会社は、自局の放送番組に当該CMを割り付けた割付データを作成してセンターに送信し、センターはこれをCM依頼企業に送信して確認を取る。

【0020】各CM依頼企業、センターおよび各CATV会社にはそれぞれコンピュータが備えられ、電話回線や光ファイバー等を通じて、各CM企業とセンターとの間、およびセンターと各CATV会社との間における双方向送受信を可能としている。また、CATV会社を介してセンターと視聴者との間における双方向送受信も可能となる。

【0021】このようにして決定されたCMは、関連する番組と共に、CATV会社よりケーブルを介して各家庭に配給され、各家庭に備えられるテレビモニターに放映される。

【0022】各テレビモニターにはポイントカードデコーダ(PCD)が接続される。各視聴者はそれぞれID機能およびクレジット支払い機能を有するICカードを所有しており、テレビモニターから放映されるCMを視聴するときには、常に、視聴するテレビモニターに接続されているPCDに該ICカードを挿入しておく。

【0023】ICカードには各商品ごと(またはCM依頼企業の商品ごと)にそのCM視聴データを加算記録するCM視聴データ記録部が設けられている。PCDは、

各視聴者が商品CMを視聴するごとに、該PCDに挿入されているICカードの当該商品についてのCM視聴データ記録部に新たなデータを追加記録する。

【0024】ICカードのCM視聴データ記録部に記録されるCM視聴データには、当該CMの視聴回数、視聴時刻、視聴時間、番組またはチャンネルのコード等が含まれる。

【0025】また、ICカードには所有する視聴者についての個人情報（年齢、性別、住所等）が予め記録されている。ICカードには更に、後述するテレビショッピングによるオーダー代金精算のためのクレジット機能が組み込まれている。

【0026】また、このシステムでは、挿入されているICカードに記録されている商品ごとのCM視聴累計データ等の個人の情報を、視聴者が暗証データ入力することでテレビモニターに表示させて、確認することができるようにしている。

【0027】更に、CM依頼企業からの依頼により放映したCMの視聴記録は、ケーブルテレビネットワークによる双方向通信を利用して、各CATV会社はリアルタイムに把握することが可能である。従って、これを受けたセンターが各CMごとおよび視聴者ごとの視聴記録を分析して、マーケティング等の参考となる個人情報として各CM依頼企業に与えることができる。

【0028】本発明システムは、テレビショッピングシステムと併用してシステム構築することが好適であり、その一例が図1に示されている。図1に示される矢印は、このシステムにおいてテレビショッピングが行われる場合の作業の流れを示している。

【0029】CATV会社は、テレビショッピングのために必要な商品情報をCATVネットワークを通じて各視聴者に提供する。各視聴者は購入を希望する商品についての情報を随時呼び出してテレビモニターに表示させることができ、これを参照して商品を購入することができる。一般に前述したCM提供される商品がテレビショッピングの対象となる商品とされるが、その対象商品を同種商品や同一企業の商品に拡大することも可能である。

【0030】テレビショッピングにより特定の商品を購入する視聴者は、自己のICカードをPCDに挿入した状態で購入のオーダーを行うことにより、当該商品について記録されているCM視聴データ記録部に記録されている累積データに応じた割引が自動的に適用される。すなわち、必要に応じて設定される特典の上限ポイントに達するまでは、CM視聴回数や時間等のCM依頼企業が決定した条件をより多く満たすほど安い金額で当該商品を購入することができる。なお、CM視聴データによる特典には一定の上限を設定することができる。また、購入時の特典を当該商品に限定することなく、同種商品や同一企業の商品等の一定範囲に拡大して適用すること

も、CM依頼企業の決定により任意に行うことが可能である。

【0031】ICカードにはクレジット機能が組み込まれているため、クレジットで商品を購入することができる。クレジット精算業務については従来公知のクレジットカードを用いた場合と同様であるので、説明を省略する。

【0032】視聴者による商品オーダーは、商品ごとにCATV会社において一定の周期で集計され、その集計データがセンターに送られる。センターは、クレジット会社に各視聴者の与信確認（残高確認）を求め、その確認を受けた後に、CM依頼企業に当該商品の集計データを送る。商品集計データを受けたCM依頼企業は、必要に応じてその商品の在庫を確認した後、オーダー受付の確認をセンター、CATV会社を通じて視聴者に報告する。これによって視聴者は自分のオーダーを確認する。オーダーされた商品は、オーダーを受けたCM依頼企業からの依頼を受けた物流センターから視聴者に配送される。

【0033】また、テレビショッピングを通じて商品のオーダーおよび配送が行われるだけでなく、CATVネットワークに加盟してPCDを備えているショップ、或いはPCDを備えるCM依頼企業直営ショップにおいて、店頭の商品を実際に見た後に購入することも可能である。この場合にも、PCDに自己のICカードを挿入することにより、当該商品について累積記録されているCM視聴データに応じた割引が適用される。

【0034】CATV会社からのCM視聴率（視聴回数）は、視聴者（家庭）ごとおよび商品ごとに集計されて、センターから当該商品のCM依頼企業にデータとして供給される。同様に、CM依頼企業は商品ごとのオーダーの集計データを入手する。これらのデータを、必要に応じて特定の対象ごと（一定年齢層、性別、職業、地域等）に分析することにより、CM依頼企業は、各商品についてのCMと需要との相関性を知り、その商品のマーケティング、発注、需要、生産、物流等を的確且つ迅速に計画し実行することができる。

【0035】図1に示すシステム構成は本発明の一実施態様を示すものであり、本発明はこれに限定されるものではない。例えば、センターの果たす機能を各CATVが受け持つようにしてもよい。

【0036】また、各CATV会社から放映されるCMを該CATV会社またはセンターに備えられるサーバに記録し、各視聴者がいつでも希望に応じて関心のある商品のCMをモニターに呼び出して視聴できるように、いわゆるビデオ・オン・デマンド方式を採用することも可能である。将来的には、CATV会社がCMのみを放映するチャンネルを設けることも考えられる。

【0037】更に、CM依頼企業は自社商品の商業だけでなく、商品に関する質問やアンケート等を併

せて放送し、それに対する回答、指示、問い合わせ等をも視聴者の所有するICカードに記録させることができる。ICカードに記録されたこれらの事項は、CM視聴データや個人情報データと共にCATV会社またはセンターにおいて集計分析されて各CM依頼企業に送られるので、当該商品のマーケティング等における参考データとして活用することができる。

【0038】

【発明の効果】本発明によれば、双方向メディアのネットワークを利用することによって新規な流通システムが構築され、CM依頼企業にとってはCMによる商品の啓蒙ないし需要喚起効果を高めると共にCM視聴と商品需要（販売実績）との相関性が明確に把握されることによるマーケティングや発注・受注等の効率化を達成できるというメリットが、また、視聴者（消費者）にとってはCM視聴により商品購入時に累積的な特典を受けることができるというメリットが得られる。

【0039】各視聴者の所有する記録体には予め年齢、性別、住所等の個人情報を記録しておくことができ、CM依頼企業はこれら個人情報を参照することにより本発明システムをより有効に活用することができる。

【0040】例えば、特定の条件（組み合わせも可能）を満たすユーザーに対してのみ商品購入時の特典を与えたり、条件ごとに特典を変えたりすることが、CM依頼企業の特権として自在に行うことができる。特典内容（条件）についてはモニターを通じてテロップを流し、当該商品の需要喚起効果を集中的に発揮させることができる。

【0041】以上のような効果は、現在のたれ流しのコマercialでは全く不可能であり、本発明によって初めて達成することが可能となる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明システムの好適な一例を示すシステム構成図である。

【図1】

